



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Strategi Bertahan Harian Kedaulatan Rakyat di Tengah Kepungan Media Digital dan Pandemi Covid-19

Lukas Ispandriarno (Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta)

MASALAH

Surat kabar harian mengalami tekanan hebat sejak hadirnya media digital. Sejumlah media cetak Indonesia berhenti terbit antara tahun 2005-2018. Di Yogyakarta, harian Kedaulatan Rakyat, memasuki hidup yang sulit ketika perolehan iklan nasional merosot hingga 75 persen dan jumlah pelanggan pun berkurang. Pandemi Covid-19 semakin mendera keberlangsungannya. Bagaimana harian KR dapat bertahan?

GAMBARAN PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada kondisi satu dekade harian Kedaulatan Rakyat menjelang akhir 2020. Di masa pemerintahan Sukarno, KR termasuk koran luar kota Jakarta yang besar, dan dapat bertahan karena kuatnya manajemen dan politik (Anom dan Waluyo, 2011). Hingga tahun 2010 KR merupakan surat kabar terbesar di Yogyakarta dengan sirkulasi lebih dari 120.000 dan jumlah pembaca melebihi 500.000 (Nasionalita dan Nugroho, 2020). Dalam Laporan Tahunan bertajuk Ancaman Baru dari Digital, Aliansi Jurnalis Independen mencatat terjadinya penurunan jumlah surat kabar cetak yang semula sebanyak 1.321 di tahun 2014, menjadi 1.218 di tahun 2015. Penurunan jumlah semakin tajam di tahun 2016 sehingga menjadi 810 media dan sebanyak 739 pada tahun 2017 (Manan, 2018).

Penelitian ini penting untuk memberi gambaran situasi ekonomi media lokal di tengah kondisi media yang semakin sulit. Penggambaran atas penerapan strategi pertahanannya dapat menjadi inspirasi bagi media cetak lain, di tingkat lokal maupun nasional. Data digali melalui wawancara mendalam secara langsung maupun daring terhadap lima narasumber yang terdiri dari dua pimpinan atau pemilik Kedaulatan Rakyat Group, dua pimpinan redaksi dan satu staf pemasaran.

Riset dilakukan antara bulan Juni-September 2020.



HASIL

Media surat kabar seperti halnya media massa lainnya tidak dapat bertahan hidup tanpa dukungan ekonomi. Media tradisional dan pasar komunikasi hanya berfokus pada satu model bisnis yakni iklan dan satu mode lain yaitu langganan (Albarran, 2010). Berbagai strategi dijalankan agar media bertahan hidup.

Harian KR ada dalam naungan PT Badan Penerbit Kedaulatan Rakyat Group yang dimiliki puluhan pemegang saham. Selain koran Kedaulatan Rakyat, juga Minggu Pagi, Koran Merapi, KR Radio, dan Krjogja.com serta percetakan. Menilik struktur pimpinan perusahaan, keluarga HM Samawi menduduki sejumlah posisi karena menjadi pemegang saham terbesar. Sejumlah strategi yang dijalankan pimpinan perusahaan dan redaksi adalah sebagai berikut:

Pertama, menyelenggarakan event yang mendatangkan dana berupa sponsor. Setidaknya ada tiga event besar yaitu Fun Bike, Fun Walk dan Car Free Day. Kegiatan yang diawali dari sepeda gembira dalam rangka ulang tahun KR yang menghadirkan peserta hingga 20.000 orang dan kemudian dijual kepada sponsor seperti Luwak White Koffie, Daihatsu, sejumlah bank dan lembaga pemerintah. Dana terbesar yang bisa diraup dari kegiatan ini sebanyak Rp 1,5 miliar sekali kegiatan.

Kedua, menambah jumlah pembaca melalui kerjasama dengan beberapa komunitas seperti Keluarga Alumni UGM, kelompok Gowes, komunitas Tionghoa hingga pecinta Teka Teki Silang. Redaksi KR meliput kegiatan komunitas-komunitas ini kemudian anggota komunitas meneruskannya kepada anggota lain. Setidaknya terdapat 40 komunitas yang menjadi mitra KR.

Ketiga, mengintensifkan advertorial. Iklan yang ditulis dengan gaya jurnalistik ini ditawarkan kepada sejumlah lembaga seperti perguruan tinggi, hotel dan lembaga lainnya. Beberapa lembaga yang memanfaatkan strategi ini antara lain Amikom, Universitas Negeri Yogyakarta dan Stipram. Model ini disebut sebagai liputan hyperlocal (Ekeanyanwu et al, 2017).

Kedaulatan Rakyat sebagai unit terbesar dalam grup juga menerapkan strategi keempat yaitu teknologi melalui konvergensi media, mendirikan Krjogja.com dan KoranMerapi.com. Sistem pelanggan e-paper telah diterapkan namun belum mendapatkan hasil yang menggembirakan. Octo Lampito, Pimpinan Redaksi mengatakan:

“Saya menjadi Pimpinan dari lima media, KR, Minggu Pagi, KR Radio, Krjogja.com dan KoranMerapi.com. Media online kami baru berjalan beberapa tahun dan sudah memiliki pembaca yang lumayan banyak. Kami juga menerapkan Sistem Berbayar dan lumayan, sudah ada sekitar 50 pelanggan. Kami menjual e-paper koran Kedaulatan Rakyat dan pelanggan kami beri bonus Minggu Pagi. (6 Juli 2020).”

Penerapan teknologi dan situasi pandemi Covid-19 mendorong pimpinan KR menerapkan strategi kelima yaitu mengurangi jumlah karyawan. Pengurangan dilakukan secara bertahap, termasuk jurnalis yang bertugas di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.